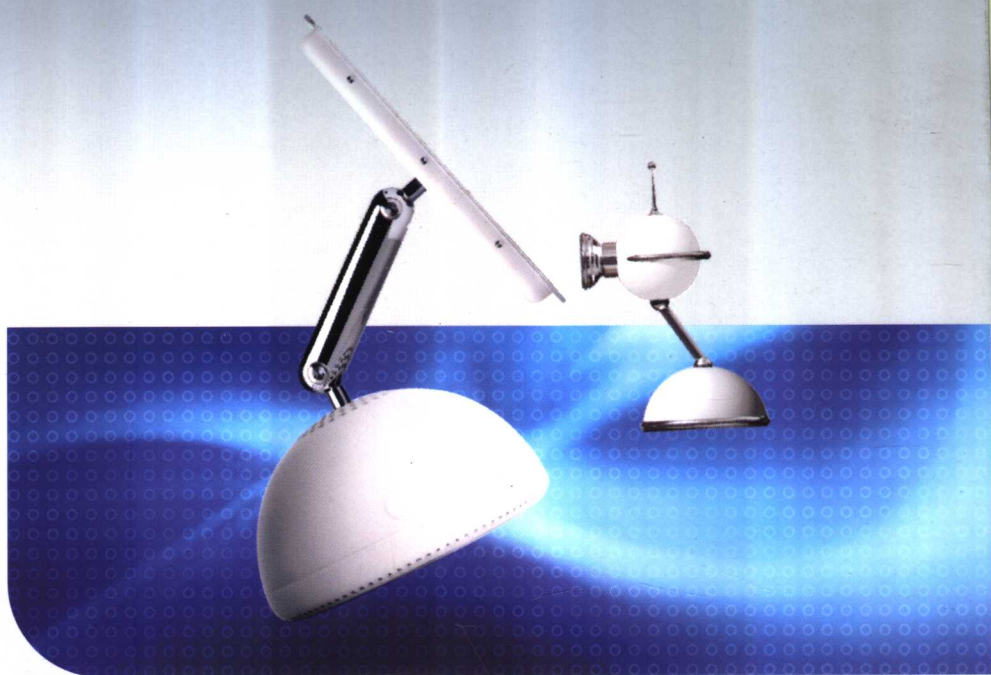




告
2005年大赛作品集
ANTHOLOGY OF COMPETITION

Originality
创意

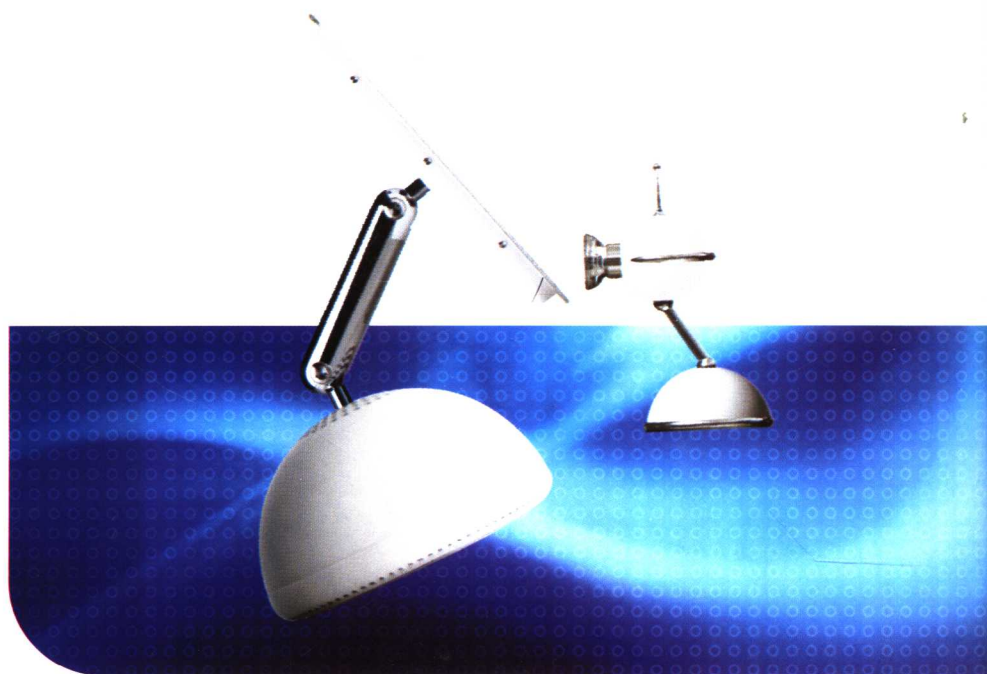
Innovation
创新

Creation
创造

创业

学林出版社

上海电信杯



上海信息化 公益广告

PUBLIC SERVICE ADVERTISING OF DIGITAL SHANGHAI

2005年大赛作品集

ANTHOLOGY OF COMPETITION

上海信息化公益广告大赛编委会

学林出版社

图书在版编目(CIP)数据

上海信息化公益广告2005年大赛作品集 / 上海信息化公益广告大赛编委会 编.

——上海: 学林出版社, 2005.11

ISBN 7-80730-062-0

I. 上 ... II. 上 ... III. 公益广告—作品集—中国—现代 IV. J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第139192号

上海信息化公益广告2005年大赛作品集



主 编: 上海信息化公益广告大赛编委会

责任编辑: 吴耀根

装帧设计: 周 韧

责任监制: 叶 刚

出 版: 上海世纪出版集团

学林出版社(上海钦州南路81号3楼)

电话: 64515005 传真: 64515005

发 行: 新华书店 上海发行所

学林图书发行部(钦州南路81号1楼)

电话: 64515012 传真: 64844088

印 刷: 上海图字印刷有限公司

开 本: 889 X 1194 1/16

印 张: 6

字 数: 12万

版 次: 2005年11月第1版

2005年11月第1次印刷

印 数: 2000 册

书 号: ISBN 7-80730-062-0/J·5

定 价: 40.00元

序 言

◀ Preface

东海之滨的上海在信息化大潮汹涌之间，努力崛起，勇于走在信息化建设的前沿，它的数字化进程是每一个生活在这座城市中的人所共同见证的：电子政务、电子商务、电子交通、电子银行、付费通、一卡通、一线通、一号通、市民信箱、市民网络服务指南、数字电视，还有企业信息化、校园信息化、社区信息化等等，这一切让我们随时感受到数字城市所带来的高效、便捷和独具魅力的人性化服务。

我们热爱这个城市，热爱数字化的上海，我们与数字化上海一起成长。

城市的记忆中有我们的文化和文明，有我们生活中的许多故事，也有我们的想象、形象和心象的节点。上海快速推进的信息化进程大大地改变着城市形态和生活形态，构建了新的沟通渠道和感知神经，同样也造就了这个城市的新的思想和心智方式。这些深刻的变化必然会反映在城市的记忆中，尤其是反映在城市的“数字记忆”中。

2005年上海市电信杯信息化公益广告大赛以“我们与数字上海一起成长”为主题，赋予参与者更多的创作空间和想象力，鼓励创作者以主人公的视角，从学习、工作、生活等多侧面艺术地表现和反映信息化给我们所带来的种种变化。由此，本次大赛共征集到来自全国各地的参赛作品901件，其中平面类作品858件，影视类作品43件，取得了可喜的成绩。为此，大赛组委会真诚地感谢所有关心和支持上海信息化建设的广告人和积极参赛的创作者，并殷切希望社会各界更多的创作者能参与竞赛。

此本广告作品集是一个很好的佐证。它以极富艺术灵性的语言和符号，感性地记录了创作者对“数字上海”的认知深度和创意自由度，描绘了上海城市信息化对上海生活的改变和重塑。

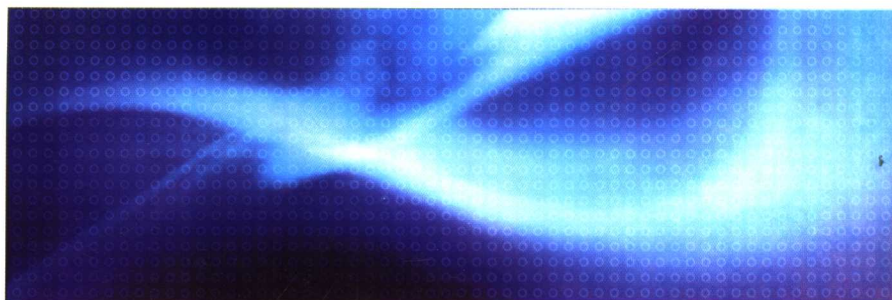
我们需要生动新鲜的广告。信息化公益广告应该成为城市的一道亮丽的风景线。

我们仍在继续……

编者

2005年10月14日

组委会



ORGANIZING COMMITTEE

主办单位

上海市信息化委员会

主任:

傅文彪 方惠萍 俞立中 程锡元

协办单位

上海市工商行政管理局

上海师范大学

上海市电信有限公司

常务副主任:

周卫东

副主任:

钟建国 吴 敏 项家祥 王 胜
王 青

承办单位

《IT时报》

顾问:

施兴德

秘书长:

张 玥 金定海

成员:

苗锦鹤 张红冰 项 翔 蒋 宏
虞福民 王 磊 肖昕路 何晓鲁
王宗立 唐 勇

与时俱进 创意未来

一、评审标准

- 1、创作主题准确
- 2、创意独特
- 3、制作精良

二、评审程序

1、入围作品的确定

(1) 评委先对平面、影视(脚本)、网络动画参赛作品逐一视听后,以无记名投票方式进行评选(每评委一票)。

(2) 按参评作品数量的10% - 15%作为入围作品。如遇截止票票数相等,则同时入围。

(3) 确认入围作品后,对未入围的作品按项分别进行复审,有一名评委提议,二名评委附议,可对某个入围作品进行表决。经二分之一以上评委同意,则确认入围(此作品不受入围作品总数制约)。

2、等级奖作品的评选

(1) 等级奖分为一、二、三等奖。等级奖候选作品为全部入围作品。一、二、三等奖按类别分项评选。

一、二、三等奖的比例一般按1:3:6掌握(可以空缺)。如果按比例计算一、二、三等奖的件数不是整数时,按四舍五入计算。

(2) 评委对入围作品分项视听,根据评选标准对候选作品进行逐一投票。

(3) 根据投票结果和各项等级奖的数目,按得票数多少进行排序,产生铜奖以上获奖作品。截止票数相同的作品评委再议,再次投票评选,直至达到各项等级奖的规定数目(即一、二、三等奖奖数之和)。

(4) 对三等奖以上作品进行逐一投票,按票数多少和三等奖比例数目产生三等奖获奖作品(按倒数方式截取作品)。

(5) 对一、二等奖以上作品评选时,经评委视听和充分研讨、议论后进行投票,按票数多少和金奖比例数目产生一等奖获奖作品。余数作品即为银奖获奖作品。

(6) 若评委认为在某项参赛作品一等奖应当空缺,在投票前经一名评委提议、两名附议,三分之二以上评委通过,即可空缺。按同样程序,亦可增加一等奖的数目。

三、对作品的否定

由评选委员会及上海信息化委员会的领导对参评作品进行审查,如有违背广告法规的,将取消评审资格并向各评委通报。

四、其他规定

1、评委对本公司或本院校的作品在评选中采取回避制(不表白,不提议,不暗示),但可投票。

2、如发现有抄袭行为的作品,一名评委提议,二名评委附议,即可对此作品进行表决,超过半数的评委同意,即可确定对该作品取消或保留参评资格。

3、评选工作人员在评选过程中,对送展单位、送展地区等作品的背景情况应严格保密。评选结束后,评委和工作人员应对评选过程和结果严格保密。



2005年10月

金 定海

教授
上海师范大学
人文与传播学院 副院长
中国对外经贸协会 副会长
时报华文奖评委



周 卫东

上海市信息化委员会秘书长



施 兴德

上海市信息化委员会
局级巡视员

钟 建国

上海市信息化委员会
办公室主任



吴 敏

上海市工商行政管理局
广告管理处 处长



邵 隆图

九木传媒广告公司 总经理
时报华文奖评委
龙玺广告奖评委



蒋 宏

教授
上海交通大学
多媒体设计学院 副院长

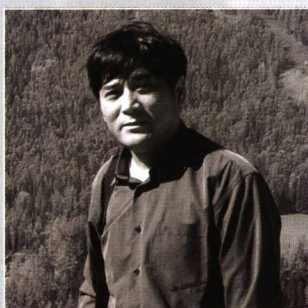
高 峻

梅高广告公司执行创意总监
纽约广告节国际评委
CCTV国际电视广告奖评委



张 惠辛

资深广告人
中国广告杂志主编
中国cis年鉴编委会主任



裘 东明

资深广告人
上海广告协会理事



梁 健

资深广告人

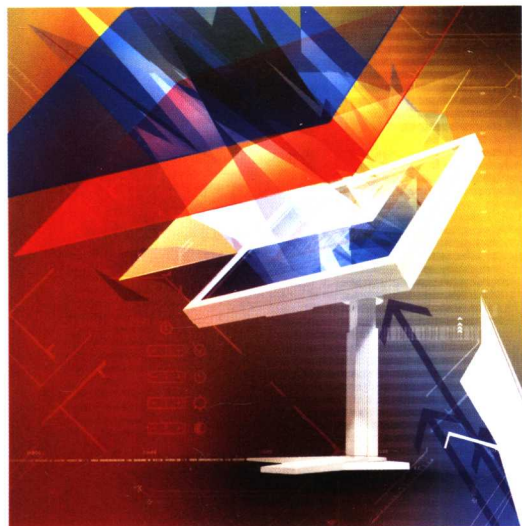


杨 舸

阳通广告有限公司创意总监

目录

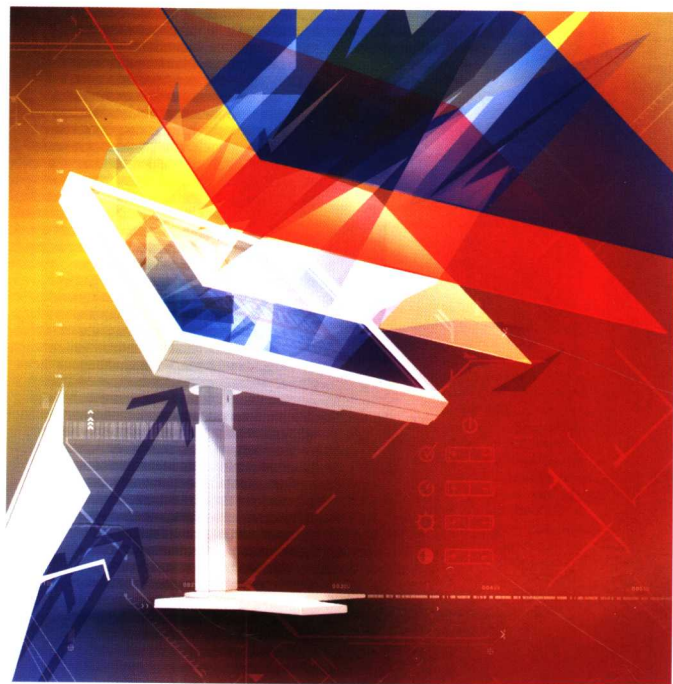
< CONTENTS



008	平面金奖
010	平面银奖
014	平面铜奖
025	平面优秀奖
048	平面入围奖
075	影视金奖
077	影视银奖
081	影视铜奖
084	影视入围奖
090	获奖名单



平面金奖 Gold Awards for Press >





将因特网的浏览窗口与上海特色建筑“石库门”做了巧妙的图形结合；广告语“叩开新天地”一语双关地将上海的本土信息化建设发展蕴涵其中。该作品既富有创意，同时也极具本土特色。

作品名称：新天新地（叩开篇）

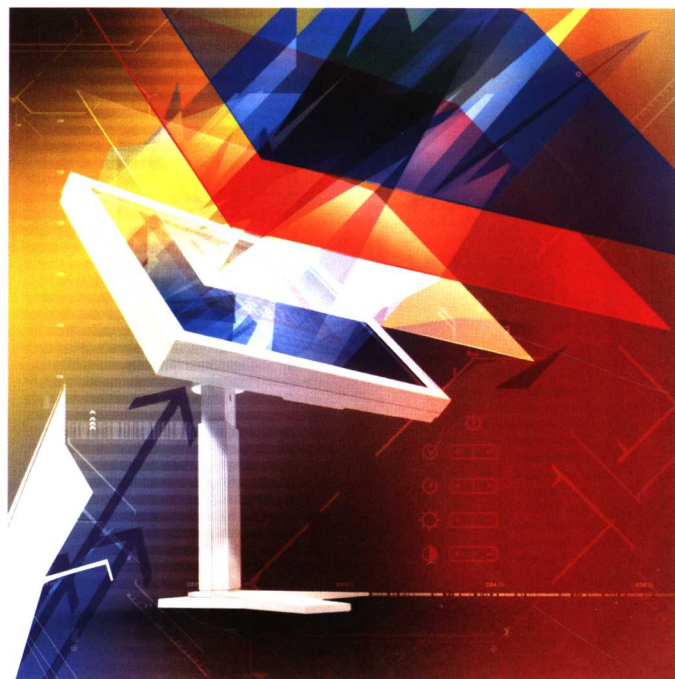
创意成员：陈懿

创作单位：上海师范大学人文与传播学院





平面银奖 Silver Awards for Press >





感受数字城市，
谁都不落伍！

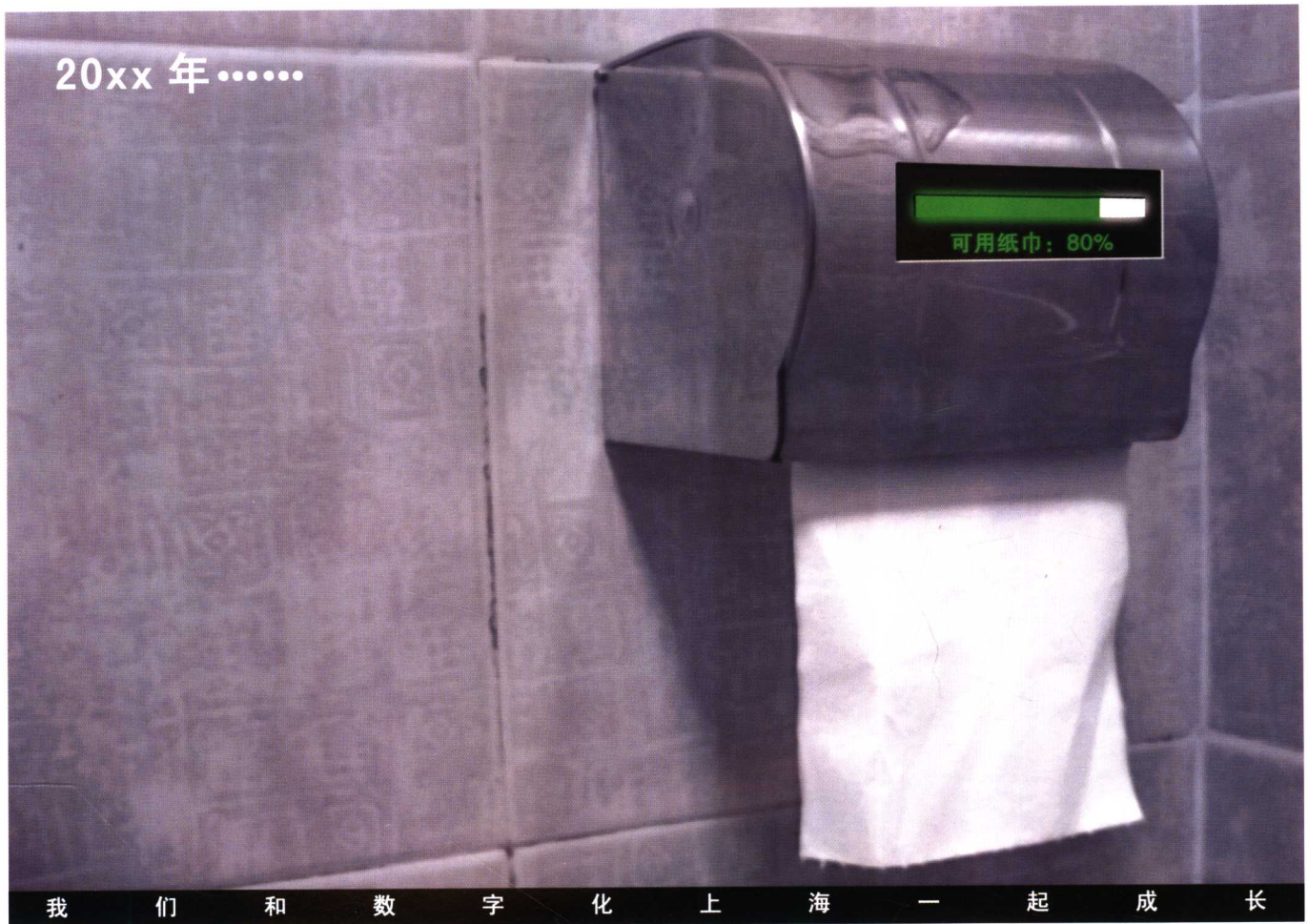
创意！源于生活而高于生活。这幅作品的创作者非常善于观察生活且能够巧妙的将其表达于作品之中。苍老的艺人在信息化社会发展中与时俱进，捏的面人不再是“老三样”，而变成了QQ企鹅、MSN聊天以及新浪网站吉祥物的“新三样”了。

作品名称：捏面人篇

创意成员：沈璐飏 蒋莉莉 汪士晨

创作单位：DDB恒美广告上海分公司





幽默、夸张的广告总是让人过目难忘，难以置信的是城市信息化的发展将深入到社会和人们生活的每一个角落，即使是卫生间的便纸筒也不例外。



作品名称: 内存篇

创意成员: 汪渔

创作单位: 幸运星·上扬广告有限公司



广告运用了类比的手法，将三孔、两孔的电源插口与网络的单头插口作了比较，文案较好的表达了广告所需要传达的思想。

作品名称: e心e意

创意成员: 许越荣

创作单位: 美国银行中心



平面铜奖

Bronze Awards for Press >

